Publicado en Barcelona el 04/08/2017

La tecnología impulsa a la industria de los regalos promocionales a alcanzar su máximo histórico en 2017

Desde gafas de realidad virtual hasta drones, la incorporación de las más recientes innovaciones tecnológicas al mercado de los regalos personalizados marca un hito en el sector, que movió 21 billones de dólares en 2016 y va camino de récord tras ocho años consecutivos de crecimiento imparable. Las distribuidoras adaptan sus ofertas a un público exigente que busca "la sencillez de los procesos" y la garantía de seguridad, explican desde GiftCampaign coincidiendo con el lanzamiento de su nueva web

Menos invasivos, más sementados y con una efectividad máxima en cuanto al binomio precio-resultado, los regalos personalizados con logo de empresa no solo se han hecho un hueco en el mercado de la publicidad, sino que han sabido construirse su propio espacio. Tanto es así que ya mueven más de 21 millones de dólares anuales en todo el mundo, según las estimaciones que la Promotional Products Asociation International (PPAI) marca en su Estudio Anual de Ventas. Hablamos de cifras del año 2016, pero si echamos un ojo a las previsiones de 2017, la industria del regalo promocional va camino de batir su récord histórico tras ocho años consecutivos de imparable crecimiento. Y son varias las razones que lo explican. Una de las más destacadas, la continua incorporación de nuevos productos al mercado, apuntan expertos en productos promocionales, con motivo del lanzamiento de la nueva web de Gift Campaign.

Y es que a día de hoy, casi cualquier artículo que uno pueda imaginar, se puede personalizar para convertirlo en regalo promocional. Incluso los más recientes avances tecnológicos, desde gafas de realidad virtual hasta drones, están ya al alcance de las empresas que buscan en los artículos publicitarios el valor añadido que necesitan para lanzar su marca. "Las compañías, desde las más pequeñas hasta las más grandes, han sabido valorar el potencial de los regalos promocionales frente a la publicidad convencional, y nosotras, las empresas especializadas en comercializarlos, tenemos la responsabilidad de cubrir esas necesidades", indica Diederik de Koning, director fundador de GiftCampaign. Se trata de un público exigente, muy informado y que busca la calidad.

Conscientes de esta realidad imparable, los responsables han hecho una apuesta por una nueva web de GiftCampaign más visual, con usabilidad mejorada y procesos simplificados al máximo. 'Los usuarios de cualquier e-commerce demandan rapidez en los pedidos, poder hacer su compra en pocos pasos', indica de Koning. En el caso de la personalización de regalos promocionales para empresas, esta necesidad es aún mayor pues se trata de un proceso más complejo que implica creatividad y toma de decisiones. Por eso, 'la nueva web de GifCampaign aporta un plus en cuanto a facilidad de uso, con una interfaz intuitiva, atractiva y que ofrece lo mejor en un solo vistazo', añade.

Una mejora que responde a las necesidades de un público que ha pasado de rechazar la publicidad a acogerla de buen grado e incluso demandarla. Los regalos promocionales son los que han obrado el milagro, y no es de extrañar a juzgar por las cifras que desde GiftCampaign recogen, como el hecho de

que la percepción del usuario ante una marca es favorable en el 50% de las personas que reciben artículos publicitarios. Es más: el potencial del regalo corporativo ya supera al de la publicidad tradicional en la medida en que la decisión de compra alcanza cotas más altas tras recibir un regalo que tras ver un anuncio impreso, un 21% frente a un 13%. Con este panorama, no es de extrañar 'la curva ascendente del sector en cuanto a ventas, y que el 2017 vaya a marcar un nuevo hito', indican desde GiftCampaign.

Productos textiles como gorras y camisetas; vasos, tazas y termos, bolsas personalizadas y elementos de escritura son las categorías que, a nivel global y según el estudio de PPAI, más ventas registran en cuanto a regalos promocionales, llevándose casi la mitad del pastel de entre esas cuatro categorías. Le siguen los productos de oficina, tecnología y otros muchos que hacen del sector del regalo promocional una auténtica potencia en todo el mundo.

La nueva web de GiftCampaign atiende a esta evolución y amplía el catálogo de artículos publicitarios a categorías como botellas, productos para el contexto Oficinas y Ferias y muchos más novedosos artículos tanto en deporte como en tecnología e incluso ámbito de seguridad, herramientas y gadgets. Con una oferta de artículos desde los 0,10 euros, desde GiftCampaign han pensado en todo momento en los productos que son tendencia y más demandan las empresas para sus campañas de marketing, bajo la clara filosofía de la mejor relación calidad-precio.

Datos de contacto:
Laura Camino

Nota de prensa publicada en: Barcelona

Categorías: Comunicación Marketing Emprendedores E-Commerce Ciberseguridad Consumo Innovación Tecnológica

NotasdePrensa
https://www.notasdeprensa.es